12 TRUCCHI PER VENDITE TURBO!

di Gianluigi Olivari

I venditori di maggior successo, spesso, non fanno cose diverse rispetto a quelli mediocri: fanno solo le stesse cose in modo diverso!

VISIT…

Premessa

La vendita professionale è uno dei mestieri migliori, in quanto permette alle persone di guadagnare per quanto valgono.

Questo è il motivo per il quale chi esercita questa professione, attraverso libri, emulazione, creatività e seminari dovrebbe investire continuamente nelle proprie abilità.

Anzichè esercitare l'attività di vendita in maniera pedissequa e sempre uguale a sè stessa, occorrerebbe che ogni venditore impostasse un percorso di autoformazione, in modo da raggiungere livelli di sempre maggiore professionalità, a tutto vantaggio del proprio conto in banca e della qualità della propria vita.

Per esempio, nella tecnica della gestione delle obiezioni, è importante avere sulla punta delle dita alcuni controargomenti che, giocati conversazionalmente, possono aiutare a incrementare decisamente il numero di chiusure favorevoli.

Parlando di chiusure, quante volte i venditori (anche quelli esperti) si lasciano prendere dall'ansia nelle ultime battute del processo, e chiudono malamente e nel momento sbagliato, perdendo così tempo, soldi ed opportunità?

Inoltre, che dire della richiesta di referrals, che può agevolare enormemente i contatti successivi? Una apparentemente insignificante tecnica può decuplicarne il numero per ogni visita.

Per finire, quanto può agevolare il professionista della vendita fornire a sè stesso un semplice, veloce, efficace feedback dopo ogni

incontro? Valutare rapidamente cosa è andato male e perchè, e cosa è andato bene, e perchè?

Così facendo, ogni venditore può capitalizzare continuamente sui comportamenti efficaci, consolidandoli. Nel contempo, ha l'opportunità di terminare di agire ciò che ora lo sta ostacolando.

Facile comprendere che, solo per questo, ogni venditore è in grado di imboccare un percorso di crescita professionale che lo porterà senz'altro a raggiungere l'eccellenza!

In questo e-book presenterò alcuni dei trucchi adottati dai migliori venditori con i quali, nel corso della mia attività professionale di sales trainer, sono venuto in contatto.

Si tratta di semplici accortezze da tenere sempre presenti (le cose semplici sono quelle che funzionano meglio) e da utilizzare il più possibile.

Se desideri approfondire ciò che troverai qui, scarica gratuitamente l'e-book di 130 pagine "Tecniche di vendita inconsce", da www.turboformazionevendita.com , sito di corsi formazione tecniche vendita.

Per trarre il massimo da questo e-book, leggilo con molta attenzione, e poi fai ciò che ti suggerisco. Le tecniche che stai per leggere sono state testate decine di migliaia di volte, e *funzionano tutte*!

Limitarsi a leggere (magari commentando positivamente le informazioni) senza agire non porta da nessuna parte.

Questo e-book, in ogni capitolo, riporta:

- La tecnica suggerita
- La richiesta di autovalutare quanto già la applichi
- Una domanda di stimolo e focalizzazione, per motivarti a migliorare ancora.

Il consiglio che ti fornisco è di *attivarti*, dopo aver letto, almeno sui modelli che ti sembrano maggiormente adottabili per la tua situazione specifica.

Non ho scritto questo e-book per intrattenerti: l'ho scritto per spingerti all'azione, per far si che tu costruisca sulle tue attuali competenze ottenendo risultati ancora maggiori di quelli che stai già ottenendo, per aiutarti nello sforzo di migliorare ulteriormente, indicandoti alcune delle metodologie che ho già sperimentato (sul campo e in aula) e rilevato di sicuro successo.

Se desideri implementare ancora di più le tue skills professionali, devi investire risorse (fosse anche solo il tuo tempo) per apprendere (cognitivamente) e applicare (empiricamente). Solo così ti spianerai la strada per l'eccellenza ed il completo successo!

CREA UNO SCRIPT BOOK:

Lo script book è la raccolta delle più potenti ed efficaci "frasi di vendita" che i migliori venditori utilizzano nel corso dello svolgimento della propria attività.

Non tutti si nasce venditori provetti, tuttavia qualunque venditore è in grado di avvicinarsi alle prestazioni delle superstar della vendita, emulandone i dialoghi e i pattern verbali, la gestione delle obiezioni, le abilità nel far emergere i bisogni, l'esperienza nelle chiusure.

Lo script book, come implica il proprio nome, è la raccolta di questi modelli verbali (scripts) che vengono usati per presentare prodotti, disarmare obiezioni, lanciare chiusure.

Questo tipo di informazione, per essere utile, deve essere semplice, immediatamente accessibile, ben organizzata, continuamente aggiornata.

Ti consiglio di dividere lo script book in categorie. Ad esempio:

1. Script per fissare appuntamenti
2. Script per catturare l'attenzione
3. Script per fare emergere i bisogni latenti
4. Script per disinnescare le obiezioni
5. Script per effettuare la chiusura

Da dove prendere questi scripts? Esistono varie risorse alle quali attingere:

- Tu e i tuoi colleghi. Raccogli le frasi che funzionano meglio, e comincia con quelle. Accordati con i tuoi colleghi in modo

che, ogni volta che scoprite qualcosa che ha lavorato particolarmente bene, ve la comunichiate; fatto ciò, lo strumento necessita di un continuo aggiornamento;

- I tuoi concorrenti. Quando sei in attesa di parlare con un cliente, già impegnato con la tua concorrenza, aguzza le orecchie: potresti cogliere qualche script particolarmente efficace;
- Convinci la tua azienda a commissionare uno sales script book ad uno specialista, da condividere con i tuoi colleghi;
- Consulta spesso il mio sito www.turboformazionevendita.com: ho intenzione di pubblicarne uno, magari con un ricco trailer gratuito;
- Scarica gratuitamente il trailer de “Le parole segrete della vendita” che può darti qualche indicazione in più.

Anche i venditori di maggior successo hanno giornate “si” e giornate “no”; ebbene, soprattutto nelle seconde, avere a disposizione uno script book è di grandissimo aiuto.

Ad oggi, quanto stai utilizzando qualcosa del genere, in una scala da 0 a 100%?

Quanto pensi ti sarebbe utile avere la risposta alle obiezioni più importanti, avere sottomano i migliori “attention getter”, poter contare sulle più efficaci frasi di chiusura, ricordarti in ogni momento le verbalizzazioni utili per massimizzare le tue possibilità di fissare appuntamenti?

CREA UN TESTIMONIAL BOOK:

Una delle modalità più efficaci per influenzare un cliente ci è fornita dall'esibizione del parere di una terza parte; ancora meglio se si tratta di un individuo che ha gli stessi bisogni.

Questo è uno dei motivi per cui gli investitori pubblicitari pagano milioni di € a celebrità ed atleti vari, per farsi sponsorizzare i prodotti / servizi.

Naturalmente, tu non dovrai pagare queste somme per farti sponsorizzare da qualcuno. Si tratta semplicemente di chiedere, ai tuoi clienti maggiormente soddisfatti, la cortesia di un breve scritto (mail, lettera, a mano su un foglio) che sottolinei il loro grado di soddisfazione, magari aggiungendo qualche commento.

Va bene anche la forma anonima, tuttavia qualche dato in più (nome, ruolo, azienda) aumenta l'efficacia dello strumento.

Appena ne hai raccolto un pò, organizzale bene in un elegante raccoglitore, con un titolo accattivante (Cosa pensano di me, cosa dice il mercato, la soddisfazione che produco, i miei più recenti successi, ...) ed utilizzalo più spesso che puoi:

- Esibendolo ai prospects;
- Portandolo con te ai colloqui di valutazione periodica con il tuo capo;
- Usandolo per presentarti a colloqui di lavoro (sarai quasi certamente selezionato).

Nella solita scala da 0 a 100%, quanto hai mai applicato qualcosa del genere nel corso della tua attività di vendita?

Quanto ritieni potresti essere agevolato, soprattutto negli incontri con clienti potenziali, nel dimostrare loro il grado di soddisfazione dei tuoi clienti attuali?

TORNA DAI TUOI CLIENTI:

Un aspetto fondamentale del processo di vendita consiste nel creare una relazione di fiducia in ogni cliente.

Spesso si sente dire che “noi facciamo affari solo con chi stimiamo e ci è simpatico”, ed in effetti è molto difficile vendere qualcosa a qualcuno che non ti stimi.

Come conseguenza, una delle migliori tattiche per un venditore è quella di risollecitare, con una nuova offerta, un vecchio cliente.

Via e-mail, telefonicamente, via posta, come preferisci, l’importante è che tu non te li dimentichi mai. I vecchi clienti si sono già fidati almeno una volta, e potrebbero farlo ancora.

In aggiunta, possono rappresentare una miniera per eventuali referral.

Da 0 a 100, quanto stai ora ricontattando i vecchi clienti?

Talvolta, nel caso della presentazione una tattica che già, in qualche modo, viene applicata, si vedono molti venditori dismettere immediatamente la tattica stessa, pensando: “Questa la so già”.

Evita di cadere in quest’errore grossolano. Se dovesse capitarti quanto sopra, chiediti invece: **“Come potrei renderla ancora più efficace?”**

ALLENA LE TUE ABILITA' DI VENDITA:

Anni fa, quando facevo il venditore nei servizi, l'azienda per la quale lavoravo aveva un'ottima abitudine: ogni settimana, chi si occupava di vendita, effettuava la cosiddetta "prova disco" (mi sfugge perchè la chiamassero così).

Si trattava semplicemente di simulare, tra colleghi, un colloquio di vendita, reso difficoltoso dalle divertite resistenze di chi interpretava la parte del buyer. A questi role play assistevano, a turno, tutti gli altri venditori, che suggerivano comportamenti integrativi o alternativi a quelli agiti da chi interpretava il venditore.

La conseguenza di ciò era un formidabile e continuo travaso di esperienze dai più esperti ai meno esperti, dai più creativi ai meno creativi, dai più divertiti ai meno divertiti. Ovvio pensare che le vendite, quelle vere, decollavano.

Ti suggerisco di adottare la stessa tecnica con chi, dei tuoi colleghi, si dimostra più lungimirante. Organizzati un paio di role play almeno due volte al mese, e sarai tu stesso stupito dei risultati che sarai in grado di ottenere.

Questa, attività, oltretutto, potrebbe consentirti di creare la prima base per un efficace script book.

Hai mai effettuato role play di vendita sistematici con qualcuno dei tuoi colleghi?

Quanto pensi possa esserti utile, in un mercato che sta diventando sempre più competitivo, allenare i lmuscolo della vendita?

RINFORZA LE TUE BUONE ABITUDINI (ABBANDONANDO QUELLE CATTIVE):

La qualità delle proprie abitudini di vendita separa i venditori eccezionali da quelli mediocri.

L'eccellenza dei risultati è, spesso, una questione di eccellenza nei comportamenti.

Se decidessi di abolire un paio di abitudini di vendita depotenzianti (ad esempio, non chiedere sistematicamente referrals, oppure fare poca prospezione) sostituendole col loro esatto contrario, potresti fare salti di quantità (fatturato!) notevolissimi.

Questa tattica può sembrare semplicistica tuttavia, se adottata, è in grado di elevare le performance di qualsiasi venditore, anche il più esperto.

Individui sistematicamente le tue abitudini depotenzianti, eliminandole, per sostituirle con altrettante abitudini potenzianti?

Quanto fatturato potresti fare in più, in un anno, eliminando una abitudine depotenziante alla settimana, e sostituendola col proprio contario?

CLONA LE SUPERSTAR DELLA VENDITA:

Il successo dissemina il terreno di suggerimenti. In molti casi diventare un asso della vendita passa attraverso il modellamento di altri assi della vendita.

Il successo e l'eccellenza sono processi, che possiedono una loro struttura. Modellando qualcuno, concentrati sulle sue strategie e sulle sue credenze di fondo.

Puoi modellare i campioni leggendo i loro libri, partecipando ai loro seminari, seguendoli sul campo nella loro azione di vendita, chiedendo loro di metterti a parte delle loro strategie.

Comprendi cosa fanno, come lo fanno, quando lo fanno, perchè lo fanno; comprendi come si atteggiano e come si vestono; comprendi come creano rapport e come conducono e terminano la trattativa.

In una scala da 0 a 100, quanto oggi modelli i campioni della vendita del tuo mercato?

Quanto ti aiuterebbe avere un mentore della vendita? Se la tua risposta fosse: "tanto", come potresti fare per procurartene uno?

SCRIVI I TUOI OBIETTIVI, E PERCHE' LI VUOI RAGGIUNGERE:

Talvolta, nei miei seminari di vendita, parlo di obiettivi, e chiedo ai partecipanti quanto ritengono sia importante l'azione di goal setting. Spesso mi rispondono che la ritengono importantissima.

Una delle modalità più efficaci per definire i propri obiettivi è quella di metterli per iscritto.

Può sembrare banale o peggio, scolastico, tuttavia lo scrivere mette in moto una parte maggiore dei poteri dell'individuo, rispetto al solo pensare, e questo facilita molto la focalizzazione sull'obiettivo stesso e ne semplifica (a parità di scenario) il raggiungimento.

Quando chiedo chi, dei partecipanti, metta per iscritto i propri obiettivi, le mani che di solito si alzano sono dannatamente poche. E allora faccio fatica a mettere insieme l'elevata importanza segnalata per il goal setting, con la scarsa abitudine di seguirne la regola più elementare.

Da 0 a 100, quanto hai l'abitudine, almeno una volta all'anno, di scrivere su un pezzo di carta quali sono le tue mete di vendita, e perchè desideri raggiungerle?

Quanto potrebbe agevolarti ciò?

CREA UN PIANO DI VENDITA SCRITTO PER OGNI GIORNATA:

Prova a immaginarti che Asdrubale e Annibale siano due colleghi venditori. Asdrubale mette brevemente su carta, ogni giorno, gli obiettivi della giornata, e perchè li vuole raggiungere; Annibale no.

A parità di scenario, chi credi ottenga risultati migliori?

In una giornata ci sono 24 ore e 1.440 minuti. 14 minuti rappresentano l'1% del tempo disponibile, 7 minuti lo 0,5%.

Il suggerimento è di utilizzare lo 0,5% del tempo di ogni giorno, per scrivere gli obiettivi del giorno dopo, completati dal motivo per il quale desideri raggiungerli.

Crea un elenco di tutto ciò che deve essere fatto; alla fine, identifica i due compiti più importanti nella giornata e se possibile, svolgili per primi.

Cosa potrebbe significare, per i tuoi risultati, pianificare costantemente tutte le giornate?

Se la risposta a questa domanda è stata da "abbastanza" in su, cosa aspetti ad iniziare?

RAGGIUNGI L'ECCELLENZA:

Dopo essere stato in contatto con migliaia di venditori, ho verificato che, in partenza, una buona parte di loro sono in grado di gestire proficuamente la relazione con clienti ostici, di presentare bene i prodotti, di gestire (e stimolare) le obiezioni in modo naturale, di realizzare buoni risultati di vendita. Solo pochi, tra di loro, avrebbero potuto, inizialmente, essere definiti eccellenti.

Uno dei segreti per raggiungere l'eccellenza è ricercarla giorno dopo giorno,

La prima mossa per ottenere ciò è identificare la propria più importante area di miglioramento (per intenderci, quell'abilità che, qualora posseduta, ti consenta più di ogni altra di elevare i tuoi fatturati). Individuatala, analizza giorno dopo giorno i tuoi comportamenti di vendita, eliminando sistematicamente quelli che le sono contrari, e consolidando invece ciò che la rinforza. Fatti aiutare da colleghi più esperti, libri, corsi, seminari.

Investici il tuo tempo, le tue energie, dedicatici il più possibile: ne va del tuo successo professionale, e della qualità della tua vita. Non risparmiarti, stila un piando d'azione per iscritto su cosa farai e quando lo farai, e come misurerai i tuoi progressi.

Agendo così, in capo ad un pò di tempo, devi per forza aver completamente metabolizzato la competenza in esame.

A quel punto, passa alla seconda in graduatoria, completane l'apprendimento, e così via.

Che percentuale credi di possedere di alcune delle competenze di base che fanno di un venditore un venditore eccellente (autostima, intelligenza emozionale, abilità di ascolto attivo, determinazione, persistenza, entusiasmo)?

Quanto cambieranno i tuoi fatturati quando avrai raggiunto l'eccellenza in queste aree?

SCOPRI DOVE SI TROVA IL DENARO:

Giudico questa una delle più potenti strategie che esistano, nonostante sia lunga solo 25 lettere!

Questa strategia, se seguita, è in grado da sola di raddoppiare (ed oltre) la tua base provvigionale.

E' semplice ed efficace allo stesso tempo (ma non sono le cose semplici quelle che funzionano meglio?).

Può catapultarti alle posizioni di vertice della classifica dei migliori venditori della tua azienda in breve tempo, e lasciarti là, in alto, per il resto della tua carriera lavorativa.

Probabilmente hai già sentito parlare di Vilfredo Pareto, un economista, sociologo, ingegnere vissuto tra il 19° e il 20° secolo. Una delle sue intuizioni è rappresentata dal fatto che, generalmente, il 20% degli sforzi produce l'80% dei risultati.

Questa legge, empirica, dell'80/20 è applicabile a moltissimi ambiti: il 20% della popolazione possiede l'80% della ricchezza, il 20% delle cause di malfunzionamento di un sistema produttivo genera l'80% delle non conformità, il 20% della potenza di calcolo di un processore genera l'80% degli output, il 20% dei difetti di un prodotto genera l'80% dei reclami dei clienti, e così via. Da qui è poi disceso il cosiddetto "ottimo paretiano", concetto che si realizza quando, in un dato sistema, non è possibile apportare miglioramenti ad una sua parte senza danneggiarne un'altra.

A questo punto, vorrei che rispondessi ad una domanda:

quali sono le abilità che utilizzi (all'interno del processo di vendita) che ti producono l'80% dei fatturati?

Cosa succederebbe se ti concentrassi su queste relativamente poche abilità, e le rendessi assolutamente eccellenti?

L'idea sembra sicuramente buona, tuttavia sappiamo che, tra il dire ed il fare, c'è spesso qualche goccia d'acqua di mezzo.

Pertanto, ti consiglio di procedere così:

- Individua le 3 abilità principali che ti procurano la maggior parte dei fatturati (ad esempio, facilità di rapporto, persistenza, aggiornamento professionale, competenza tecnica, ...);
- Investici sopra tutta l'energia possibile, e migliorale al massimo;
- Individua le 3 debolezze principali che ti fanno perdere vendite (ad esempio, difficoltà di ascolto, difficoltà a far emergere i veri bisogni, difficoltà a gestire le obiezioni, timidezza, ...);
- Eliminale in qualsiasi maniera;
- Inizia a goderti l'aumento esponenziale dei tuoi fatturati!

USA LA LEGGE DEI NUMERI:

I numeri, si sa, sono una forma oggettiva di rappresentazione della realtà; sul numero non si discute, è esemplificativo al massimo.

Quando qualcuno desidera descrivere un certo fenomeno con precisione, cerca di usare i numeri. Valori, percentuali, misure, forniscono un quadro chiaro della situazione.

Anche nella vendita ciò risponde al vero.

Nella vendita si usano una serie di indicatori per valutare e valutarsi.

Numero di appuntamenti rispetto a numero di telefonate, percentuale di chiusure sul totale delle visite, fatturato a ora di lavoro, gettito provvigionale a cliente, e così via.

A seconda delle specificità del tuo lavoro di vendita, divertiti a evidenziare alcuni di questi parametri (diciamo una dozzina).

Valuta la tua percentuale di efficacia per ognuno, e poi cerca, singolarmente, di migliorarli.

Inizia, al mese 1, col parametro 1 (poniamo sia il rapporto tra n. di ordini acquisiti e n. di visite effettuate), e per tutto il mese, cerca di migliorare questo parametro.

Chiediti: **"Cosa posso fare per migliorare drasticamente ...?"** e poi fallo con decisione.

Comportati così con gli altri 11 parametri, negli 11 mesi successivi.

Alla fine di questa “cura”, guarda i tuoi fatturati, e vai a festeggiare con i tuoi cari nel posto che amate di più: te lo sarai meritato!

AGISCI COME SE FOSSI CERTO DI RAGGIUNGERE I TUOI OBIETTIVI DI VENDITA:

La mente degli individui è una strana macchina, dotata di sorprendenti abilità.

Uno dei modi per sfruttare queste abilità è agire ora *come se* i tuoi obiettivi fossero *già* stati raggiunti.

La mente opera in tre finestre temporali: passato, presente, futuro; le persone hanno la possibilità di immaginare oggi il verificarsi di una situazione futura.

Poniamo che tu ti ponga l'obiettivo, nei prossimi 12 mesi, di realizzare 200.000 € di provvigioni.

Se avessi la certezza di raggiungere questa meta, come ti comporteresti? Che emozioni proveresti? Come ti atteggeresti? Come ti presenteresti ai tuoi clienti?

Comportati esattamente *già da ora* in questa maniera e, a parità di scenario, ti faciliterai molto il raggiungimento del tuo obiettivo.

Jim Carey, il noto attore, è un bell'esempio di questo tipo di atteggiamento. Quando era poverissimo (viveva in un vecchio van) firmò un assegno posdatato di 10.000.000 $, intestandolo a sè stesso e datandolo 24-11-1995. Conservava questo assegno nel portafoglio, e lo portava sempre con sè. Contemporaneamente iniziò a comportarsi come se fosse certo di poter incassare quell'assegno. Iniziò a fare le cose tipiche di un attore comico che possa meritare un tale assegno, e la storia ci dice che l'assegno fu effettivamente incassato nella data corretta.

Sylvester Stallone, Abramo Lincoln, Scott Adams sono altri chiari esempi di utilizzo di questa tecnica, che si appoggia su abilità innate dell'inconscio degli esseri umani.

In una scala da 0 a 100, quanto agisci come se i tuoi obiettivi fossero già stati raggiunti?

La metodologia è la seguente:

- Decidi un obiettivo;
- Chiediti: **"Se avessi la certezza di riuscire, come mi comporterei da ora in avanti?"**
- Scrivi ciò che faresti e come ti comporteresti;
- Inizia a comportarti così, e attenditi il risultato.

Conclusione

Ora che ti sei appropriato di questi 12 modelli per migliorare, sei pronto a vedere i tuoi risultati puntare verso l'alto, come desideri e meriti.

Questo e-book ha visto la luce a seguito di anni di attività,sul campo, nel management di reti di vendita, e in aula, nel training, e desidero ti sia utile come una base di lavoro per iniziare un percorso di miglioramento globale che ti porterà a raggiungere ottimi risultati.

Portalo con te ed usalo tutti i giorni, un pezzetto alla volta. Discutine i contenuti con i tuoi colleghi ed amici, utilizzane i suggerimenti, imparane a memoria i punti salienti, applicane le tecniche.

Se dovessi riassumere con una parola i suoi contenuti, parlerei di *azione.*

L'azione è ciò che trasforma le potenzialità in risultati, e sarà ciò che trasformerà il *tuo potenziale* nei *tuoi risultati.*

Al tuo successo!

This e-book along with the web site http://www.turboformazionevendita.com by Gianluigi Olivari is licensed under a Creative Commons - Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported License.

E' possibile (anzi, raccomandata) la riproduzione e la diffusione gratuita di questo e-book con qualsiasi modalità, a patto di lasciare inalterato il testo ed i links presenti, evitando ogni forma di vendita.
In un mondo ideale, più le informazioni circolano e meglio è per tutti. Inoltre, la sua lettura procurerà visitatori al sito www.turboformazionevendita.com, che è uno degli aspetti che mi consentono di mantenerne i contenuti gratuiti e liberamente fruibili da tutti coloro i quali ne sono interessati.